

李秋喜率汾酒集团全员祝 2011 年沈阳全国糖酒秋交会胜利召开

开启中国酒魂时代

——李秋喜在“2011 年第五届中国品牌节”上的讲话

□山西杏花村汾酒集团董事长 李秋喜

各位领导、艾丰主席、第五届中国品牌节组委会、各位媒体朋友、女士们、先生们，大家好！

去年年底，品牌中国给我颁了一个奖——2010 年品牌中国十大年度人物。当时我讲过：“这个奖不是颁给我个人的，而是颁给山西杏花村汾酒集团的；这个奖也不是颁给现在的山西杏花村汾酒集团的，而是颁给未来的汾酒集团的。这个奖是奖给了一种趋势，一个希望。”今天，在中国品牌节这个庄严的平台上，我想着重阐述一下这是一种什么样的趋势，一个什么样的希望。

在 2009 年底，我跟品牌中国艾丰主席开始接触的时候，汾酒集团的收入是 30 多个亿，今年将达到 70 多个亿，两年翻了一番，引起了社会的一些关注。业界也有些朋友在研究和分析汾酒的复兴，其中有一个重要的共识：汾酒的复兴，首先是文化的复兴。我对这个观点是认同的，但不够全面。我认为，汾酒文化的复兴，不是为了市场营销而做文化，不是被市场营销绑架的复兴，汾酒文化是作为一种主导力量领导了汾酒的复兴。同时，这样的文化复兴，也带来了中国酒业核心价值体系的回归与重建；中国酒业核心价值体系的回归与重建，将会开启中国酒业一个新的时代。我将这个新时代命名为“中国酒魂时代”。

所以，我所说的趋势和希望，是三个层次：汾酒文化复兴，中国酒业核心价值体系的回归与重建，中国酒魂时代。这三个层次的核心内涵只有一个，用一句话概括，应该这样表述：“中国酒魂时代的核心内涵是以‘振兴国酒’为核心的诚信与创新、变革与开放、责任与担当、激情与梦想。”我想再重复一遍：“中国酒魂时代的核心内涵是：以‘振兴国酒’为核心的诚信与创新、变革与开放、责任与担当、激情与梦想。”

第一，我所说的“振兴国酒”是指中国酒业。

这个理念最早是 100 多年前山西汾酒的老掌柜杨得龄老先生，针对当时啤酒、葡萄酒、白兰地等洋酒大量进入中国提出的“汾酒理想”。100 多年后的今天，这个大格局其实并没有多大变化。洋酒在当今中国的发展非常迅猛。但关键不在于洋酒进入中国市场，而是我们没有走出去。无论是白酒，还是黄酒，即便有一点出口的量，也都是海外华人消费了。中国酒

在华人以外的市场完全处于空白状态。在这样一个全球经济一体化的时代，我们这个代表中华五千年文明的“国粹性行业”，依然是闭关锁国，夜郎自大，自给自足，忘乎所以。这是很危险的，很值得忧患的。汾酒的文化复兴，就是要继承汾酒先辈杨得龄老先生的遗志，以“振兴国酒”为己任；中国酒业核心价值的回归与重建，应该以“振兴国酒”为核心；中国酒魂时代，就是以“国酒振兴”为本质特征的时代。这是我要说的第一个问题。

第二，诚信与创新。

这是本届中国品牌节的主题，也是中国酒魂时代的核心价值。中国酒业核心价值体系的重建，要从诚信和创新开始。就中国白酒业而言，大约从上个世纪 80 年代中后期以来，中国酒文化基本上呈现的是一种各自为政的状态，有的企业宣传明显背离了诚信的基本底线。所以去年汾酒就明确提出了“诚信企业做诚信宣传，诚信经营促社会和谐”的理念。今天看来，诚信宣传、诚信经营，不光对中国酒企，乃至其他行业，实在是太重要了。不做诚信宣传，本身就是对消费者的愚弄。不搞诚信经营，必然会对社会和谐直接造成伤害，必然会使消费者在食品安全乃至其他涉及民生安全的问题上丧失安全感。所以，要以诚信为立企之本，这一点我们应该形成共识。

因此，要进入华人以外的国际蒸馏酒市场，中国白酒必须创新，必须在保证中国白酒特色的基础上，建立与国际蒸馏酒标准接轨的“中国标准”，团结起来，集中力量，以“中国白酒”的整体形象，坚持不懈地实施“中国白酒国际战略”，国酒才能真正得以振兴。而“中国标准”的核心与根本基础就是诚信宣传，诚信经营。

第三，变革与开放。

山西杏花村汾酒文化，几千年来一直是中国酒业变革的主导力量。1500 年前，在中国酿造酒还处于浊酒水平的时代，杏花村大胆变革，使用了复杂的“清酒”工艺，其代表产品“汾清酒”成为当时的国家名酒、宫廷御酒；1300 年前，在中国酿造酒大多是液态发酵的时候，杏花村领导变革，使用固态发酵的生产工艺，生产出了独领风骚 1000 年的“干和酒”，并开启了后来中国白酒固态发酵工艺的先河；800 年前，在中国没有蒸馏酒的年代，杏花村率先变革，将中国发明的蒸馏技术用于酿酒，创造出了卓越的杏花村白酒生产工艺；大约 100 年前，在中国酒业都处于自产自销的年代，杏花村成立了中国白酒业的第一家股份公司、注册了第一枚白酒商标，创造了近现代中国白酒业的十个第一。

变革是汾酒之魂，开放也是汾酒之魂。在明清两代，掌握了中国白酒核心技术的杏花村

酒工，没有搞那套神秘兮兮的传男不传女的“祖传秘方”，而是以开放的心态，将汾酒技术传播到了全国的 20 多个省市自治区，并且因地制宜，把汾酒生产的一般规律跟当地的水土、环境相结合，创造出了不同工艺特色的各种白酒，奠定了当今中国白酒产业的基本格局。今天，变革与开放，应该成为中国酒魂时代的核心价值观之一。汾酒的文化复兴，离不开变革与开放的汾酒精神。我们已经把每年与国际名酒产地的酒文化交流、2015 年举办世界酒文化博览会，纳入我们的文化战略。以开放促变革，在变革中开放，是汾酒复兴的关键，也是中国酒魂时代的必由之路。

第四，责任与担当。

中国酒业 20 多年来，确实是鱼龙混杂，真伪难辨。去年我们就巴拿马万国博览会汾酒唯一荣获甲等大奖问题召开新闻发布会的时候，许多朋友问我，为什么你们现在才说？确实如此，对存在的浮躁现象汾酒确有责任。这么多年沉默寡言，有的没有说，有的说了，但声音不大。现在，汾酒应该有所担当，应该把颠倒了的历史颠倒过来，应该拨乱反正。去年关于巴拿马万国博览会获奖的新闻发布会，可以说是汾酒文化复兴的一个起点，是中国酒业核心价值体系回归与重建的起点，也是中国酒魂时代的起点。显而易见，这个担当是有很大风

险的，需要一种实事求是的勇气，需要一种“舍我其谁”的精神，需要有一副铮铮铁骨，可能会有牺牲，会有代价，会有非议，但这个担当又是必须的。否则中国酒业的核心价值体系将难以回归，也将无法重建。以我们现在的“酒文化乱局”去开拓国际市场，会让国际消费者看笑话的。

第五，激情与梦想。

这也是我特别想强调的一点。酒有“水的外形、火的性格”，激情与梦想是酒本身具有的精神特质。中国酒魂时代，应该是激情与梦想的时代。中国酒魂，如果论人，我想应该是大诗人李白。台湾诗人余光中歌颂李白有这样的诗句：“酒入愁肠，三分化作剑气，七分酿成月光。绣口一吐，就半个盛唐。”这是何等的大气磅礴！剑气就是英雄气概，月光就是浪漫情怀，这样的中国酒魂、中国诗魂才能楷模百代，光耀古今。中国酒魂，如果论酒，我想应该是汾酒。汾酒是中国白酒产业的奠基人，汾酒是传承中华白酒文化的火炬手，汾酒是中国白酒酿造技艺的教科书，汾酒是见证中国白酒历史发展的活化石；汾酒文化有着诚信天下的名酒风范，白酒宗师的大家气派，坚忍不拔的英雄气概，儒雅浪漫的人文情怀，中国酒魂，舍汾酒其谁？我们就是带着这样的激情与梦想，客观地看待自己，看待市场，看待现实，销售收入两年翻一番不算什么，汾酒文化有了一些起色不算什么，一切才刚刚开始；我们就是带着这样的激情与梦想，去完成汾酒文化的复兴，用 5 至 10 年的时间，使汾酒成为国际市场公认的“世界第一文化名酒”；我们就是带着这样的激情与梦想，去引领中国酒业核心价值体系的回归与重建，开启并推动一个在国际市场大放异彩的、属于中国酒魂时代的新一轮元！

品牌，让中国赢得更多尊敬，是品牌中国产业联盟的核心理念。一个品牌为什么能够令人尊敬，不是因为价格有多高，效益有多好，而是因为这个品牌有一个诚信、自信、从容、高贵的灵魂。艾丰主席与他领导的品牌中国，是中国品牌之魂的倡导者、实践者、弘扬者、开拓者。在此，请允许我对艾丰主席、对品牌中国表达由衷的敬意！

最后，祝愿各位领导、所有在座的朋友身体健康，快乐幸福，充满激情，实现梦想！谢谢！



2011 年 8 月杏花村汾酒集团李秋喜董事长在北京新闻发布会上讲《开启中国酒魂时代》的宏文经典。